

**PERILAKU PRODUSEN PADA PENETAPAN HARGA
(STUDI EMPIRIK PADA USAHA PERCETAKAN)**

A.Ardianinsi

Pembimbing I Muhammad Dinar, S.E., M.S

Pembimbing II Muhammad Ihsan Said, S.E., M. Si

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pola perilaku produsen dalam menetapkan harga pada usaha percetakan dalam jenis produksi sablon dan spanduk. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian berjumlah 2 orang yang terdiri dari pemilik usaha Percetakan CV.Anggun Makassar Dan Percetakan Cv.Iqra 99 Makassar.

Hasil penelitian ini yaitu: Dalam menjalankan usaha percetakan yang memproduksi barang berdasarkan atas pesanan. Metode pengumpulan biaya yang digunakan adalah metode harga pesanan, karena proses produksinya secara terputus-putus karena akan memproduksi suatu produk sesuai dengan pesanan dengan memperhitungkan semua biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan laba yang dihasilkan. Seperti halnya dalam menetapkan harga sablon baju dengan menghitung biaya bahan yang digunakan untuk perlembar baju dalam hitungan biaya pembelian satu kaos ditambahkan dengan biaya bahan untuk sablon dan biaya tenaga kerja serta laba yang dihasilkan. Begitupun dengan penetapan harga pada produksi spanduk dengan menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan keuntungan yang didapatkan perusahaan dengan hitungan permeter dari spanduk.

Kata Kunci : Ekonomi Mikro, Perilaku Produsen, Penetapan Harga, Produksi

PENDAHULUAN

Kebijakan pemerintah Indonesia dalam memacu roda perekonomian di Indonesia dapat dilihat dari munculnya berbagai macam usaha dalam sektor industri yang menciptakan dan memproduksi barang-barang atau jasa guna memenuhi berbagai tuntutan kebutuhan konsumen. Sesuai dengan tujuan usaha yaitu mencari laba demi kelangsungan hidupnya, maka penjualan merupakan titik perhatian suatu usaha. Dengan dasar ini, maka harga jual merupakan salah satu elemen yang penting dari variabel-variabel yang memuat permasalahan yang fundamental dalam dunia usaha baik produsen maupun konsumen.

Produksi adalah usaha menciptakan dan meningkatkan kegunaan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Dan orang yang menghasilkan barang atau jasa untuk dijual atau dipasarkan disebut produsen. Sebuah usaha produksi baru bisa bekerja dengan baik bila dijalankan oleh produsen atau yang sering kita sebut pengusaha.

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen suatu usaha. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup investasi secara berangsur-angsur, untuk mengembalikan investasi yang diambil dari laba usaha dan laba hanya biasa diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya. Tapi jika harga ditetapkan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat di tutupi dan akhirnya usaha bisa menderita rugi. Harga tidak hanya menyangkut penjualan melainkan mempengaruhi pembeli, begitu pula harga suatu barang dapat pula mempengaruhi tingkat upah, sewa dan laba atas pembayarannya, sehingga di dalam penetapan harga harus diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga. Setelah mengetahui masalah penetapan harga, misalnya kekuatan pembeli, selera konsumen dan tingkat persaingan, maka

barulah kita dapat menentukan harga suatu produk.

Salah satu strategi pemasaran produk adalah strategi penetapan harga yang dapat mencerminkan nilai kualitatif dan kuantitatif dari produk kepada pelanggan. Situasi pasar yang kompetitif menyebabkan perusahaan harus dapat bertahan dan menguasai pasarnya sendiri dengan cara menentukan harga produk.

Sebelum memproduksi suatu produk, perusahaan harus menghitung dahulu berapa besar biaya yang diserap untuk setiap unsur harga pokok produksi. Selain itu perusahaan juga harus mempertimbangkan naik turunnya harga bahan baku maupun bahan penolong, karena hal itu juga akan mempengaruhi besar kecilnya harga pokok yang dibebankan tiap produk. Dengan banyaknya hal yang harus dipertimbangkan ini, maka perhitungannya harus dilakukan dengan teliti dan cermat supaya tidak terdapat kekeliruan dalam menentukan harga pokok produksi per unit yang

nantinya akan mempengaruhi laba dan rugi penjualan.

Sama halnya dengan salah satu tempat percetakan yang menghasilkan produk berdasarkan pesanan yang akan di teliti yaitu CV. Anggun Makassar adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan yang terletak tepat pada Jl. Abd. Dg. Sirua No. 128 Tello Makassar, tempat percetakan Cv. Anggun Makassar ini mencetak berbagai macam cetakan yaitu Baju kaos, Mug, Plakat, Papan nama, Spanduk, Umbul-umbul, Baligho, X-Banner, Neon Box, Billboard, Prasasti, Medali wisuda, Jam dinding. Produk-produk tersebut diproduksi berdasarkan pesanan dari para pemesan dan harga produk yang satu dengan lainnya berbeda, jadi dalam penetapan harga yang telah ditetapkan pada hasil cetakan tergantung dari tingkat kesulitan dan besar kecilnya barang tersebut, namun jika jumlah pesanan semakin banyak maka harga semakin murah.

Dengan demikian berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Perilaku Produsen Pada Penetapan Harga; (Studi Empirik Pada Usaha Percetakan)”**..

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pola perilaku produsen dalam menetapkan harga pada usaha percetakan dalam jenis produksi sablon dan spanduk

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Ekonomi Mikro

Ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari upaya-upaya pengalokasian sumber daya yang tersedia (bersifat scarcity) untuk mencapai kepuasan atau kemakmuran masyarakat. Pengalokasian sumber daya dapat terjadi pada setiap aktivitas manusia, seperti aktivitas produksi, konsumsi dan pertukaran. Ketiga aktivitas tersebut mempunyai cakupan

yang sangat luas. Secara teori cakupan pembahasan dalam ilmu ekonomi dapat dibagi dua bagian; yaitu Ilmu Eonomi Makro dan Ilmu Ekonomi mikro. Istilah makro dan mikro (berasal dari bahasa yunani) memberi gambaran yang berbeda dalam analisis ilmu ekonomi.

Menurut Samuelson (2009) ilmu ekonomi makro dan mikro mempunyai dua peranan yaitu pertama: berupa *description*, yaitu berperan untuk memahami masyarakat dengan menggambarkan, menjelaskan dan meramalkan perilaku ekonomi, kedua: *prescription*, yaitu pengetahuan ekonomi diterapkan untuk membantu pembentukan kebijakan dalam pemecahan masalah dan membangun ekonomi kearah yang lebih baik.

Ilmu ekonomi mikro secara umum membahas berbagai konsep ekonomi tentang:

a. Teori Perilaku Pasar

Sasaran teori ini adalah untuk mengetahui bagaimana terbentuknya keseimbangan pasar. Di pasar terdapat pembeli dan penjual, pembeli adalah orang yang bertindak sebagai pihak yang

meminta (*demand*) barang dan penjual bertindak sebagai orang yang menawarkan (*supply*) barang. Mereka saling berinteraksi untuk mencari kesepakatan harga dan jumlah barang yang diperjual belikan, ketika kesepakatan itu terjadi maka terbentuklah apa yang disebut dengan keseimbangan pasar.

b. Teori Perilaku Konsumen

Sasaran teori ini adalah untuk mengetahui bagaimana terbentuknya keseimbangan konsumen dalam berkonsumsi selalu mencari kepuasan maksimum. Ketika konsumen mencapai tingkat kepuasan maksimum dikatakan terjadi keseimbangan konsumen (*consumers equilibrium*). Keseimbangan konsumen dapat terjadi ketika pengorbanan yang dilakukan konsumen persis sama dengan manfaat yang dirasakannya, bisa juga keseimbangan konsumen terjadi ketika keinginan konsumen sama dengan kemampuannya.

c. Teori Produksi

Sasaran teori ini adalah untuk mengetahui bagaimana terbentuknya

efisiensi dalam kegiatan produksi. Hal ini dikarenakan seorang produsen selalu berusaha untuk mencapai efisiensi dalam setiap kegiatan usahanya. Efisiensi optimal dapat terjadi bila produsen dapat memaksimumkan produk dengan biaya tertentu atau meminimumkan biaya untuk menghasilkan sejumlah output tertentu.

d. Teori Perusahaan

Sasaran teori ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkah laku perusahaan dalam mencapai keseimbangan. Perusahaan dikatakan dalam keadaan *equilibrium* apabila perusahaan tersebut dapat menjalankan kegiatan operasionalnya. Oleh sebab itu, keseimbangan perusahaan dapat terjadi ketika perusahaan berada dalam keadaan: (1) untung (*profit*), (2) rugi (*loss*) dan pulang pokok (BEP).

2. Teori Perilaku Produsen

Perilaku produsen adalah teori yang menjelaskan tentang bagaimana tingkah laku produsen dalam menghasilkan produk yang selalu berupaya untuk mencapai efisiensi dalam kegiatan produksinya. Produsen

berusaha untuk menghasilkan produksi seoptimal mungkin dengan mengatur penggunaan faktor produksi yang paling efisien.

Pokok persoalan ekonomi yang dihadapi oleh seorang produsen adalah bagaimana dengan sumberdaya yang terbatas dapat mencapai hasil yang sebaik-baiknya. Produsen dikatakan berhasil secara ekonomis apabila usahanya itu rendabel atau menghasilkan laba. Untuk mencapai hasil seperti yang diharapkan, seorang produsen harus bertindak secara ekonomis, artinya ia harus mempertimbangkan hasil dan pengorbanan.

3. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan

tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru.

Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. Enam langkah prosedur untuk menetapkan harga: (a) memilih sasaran harga, (b) menentukan permintaan, (c) memperkirakan biaya, (d) menganalisis penawaran dan harga para pesaing, (e) memilih suatu metode harga, dan (f) memilih harga akhir (Thamrin dan Francis 2012:176).

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Persoalan yang dihadapi oleh manager berbagai perusahaan adalah bagaimana menggunakan kekuatan pasarnya secara efektif.

Menurut Machfoedz (2005:136) Penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal.

Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga. Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain. Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas didalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mengenalkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

4. Teori Biaya Produksi

Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut.

Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis: biaya eksplisit dan biaya tersembunyi (*imputed cost*). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Di dalam analisis biaya, dikenal berbagai konsep biaya yang perlu diketahui, diantaranya adalah:

- a. Biaya Eksplisit Dan Biaya Implisit
- b. Biaya Langsung Dan Biaya Tidak Langsung
- c. Biaya Variabel dan Biaya tetap

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, Subjek dari penelitian ini adalah Usaha Percetakan. Sedangkan informan dalam penelitian

ini sebanyak 2 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pola Perilaku Produsen Dalam Menetapkan Harga Pada Usaha Percetakan.

Mengelolah sebuah usaha tidaklah mudah. Untuk itu diperlukan manajemen yang baik dalam mengelola setiap sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dan berusaha menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindak lanjuti dengan langkah nyata.

Seperti halnya dengan kedua tempat usaha percetakan yang berada di Makassar yang memulai usaha dari nol dan mengalami perkembangan usaha sampai sekarang berhasil

menjalankan usahanya sehingga banyak diminati oleh masyarakat. Sesuai dengan hasil wawancara kepada informan yang pertama yaitu pemilik usaha percetakan Cv. Anggun Makassar yang mulai mendirikan usahanya dari tahun 2008. Tetapi dari tahun 2008 belum terlalu berkembang dan masih beratasnamakan percetakan anggun, dan begitupun dengan tempat usahanya yang masih dengan tempat sewaan, hingga pada tahun 2010 baru resmi beratasnamakan Cv. Anggun Makassar dan pada tahun yang sama juga memiliki tempat usaha sendiri. Begitupun dengan barang yang diproduksi pada tahun 2008 masih terbatas karena keterbatasan mesin, hingga pada tahun 2010 baru memulai perkembangan seperti mesin cetak yang

bertambah dan dapat menghasilkan produk yang banyak.

Usaha percetakan hanya berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan deadline waktu penyelesaian. Walaupun tidak memiliki strategi khusus untuk kegiatan produksi, tempat percetakan masih membuat jadwal untuk rencana produksi sehingga semua pekerjaan dapat selesai dan alat yang digunakan bisa dipakai secara maksimal. Begitu pun dengan proses jual beli yang diterapkan di kedua tempat percetakan tersebut sama-sama menerapkan pembayaran awal melalui DP (Down Payment) sampai pesannya jadi baru akan dilunasi.

2. Penetapan Harga Pada Produksi Sablon Baju.

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi dan wawancara yang peneliti lakukan, kegiatan pengelolaan usaha percetakan yang dilaksanakan meliputi fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan,

pelaksanaan, pengarahan dan pengawasan akan tetapi pengelolaan usaha lebih mengedepankan pada perencanaan dan pelaksanaan saja. Kegiatan perencanaan yang lebih diutamakan adalah pada perencanaan produksi yang meliputi proses pembuatan desain dan perencanaan

akan kebutuhan bahan untuk produksi. Perencanaan produksi meliputi perencanaan pembuatan desain, menghitung rancangan bahan dan harga sesuai kebutuhan produksi.

a) Proses Produksi Pada Sablon Baju

Proses produksi dibidang percetakan bersifat terputus-putus karena produk yang dihasilkan berdasarkan permintaan dari konsumen. Adapun proses dalam menyablon baju menurut kedua informan yaitu pembuatan desain kemudian desain yang sudah jadi di print, baru apdruks screen, sesudah itu desain yang sudah diprint ditempel ke screen, kemudian rekam screen, sesudah itu dicuci screen yang sudah direkam, kemudian menyediakan baju kaos, dan sediakan

tinta dan rakel, kemudian proses pencetakan bisa dimulai.

Adapun hasil perhitungan penetapan harga Akhir CV.Anggun Makassar pada produk sablon baju pada bulan Agustus 2018 di ambil dari biaya-biaya sebagai berikut:

a) Biaya Bahan baku percetakan Cv. Anggun Makassar pada bulan Agustus 2018

| N o | Keterangan | Jumlah Pesanan | Harga Satuan (Rp) | Total (Rp) |
|---------------|----------------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|
| 1 | Kain Catton Combet 30 S | 250 Lembar | 50.000 | 12.500.000 |
| 2 | Tinta/Cat Sablon | 10 Kaleng | 86.000 | 860.000 |
| 3 | Print Design | 1 Rim | 85.000 | 85.000 |
| Jumlah | | | | 13.445.000 |

b) Biaya Tenaga Kerja Cv. Anggun Makassar pada bulan Agustus 2018

| N o | Keterangan | Satuan | Gaji Pokok (Bulan) |
|---------------|--------------------|---------|-----------------------|
| 1 | Pencetak Sablon | 1 Orang | 1.500.000 |
| 2 | Tukang Potong | 1 Orang | 1.500.000 |
| 3 | Desain | 1 Orang | 1.200.000 |
| Jumlah | | | 3.400.000 |

c) Biaya Overhead Pabrik percetakan Cv. Anggun Makassar pada bulan Agustus 2018

Berikut adalah biaya-biaya

| N o | Keterangan | Satuan | Biaya (Rp) |
|---------------|-------------------------|---------|----------------|
| 1 | Biaya Listrik | 1 Bulan | 350.000 |
| 2 | Biaya Air | 1 Bulan | 200.000 |
| 3 | Biaya Screen Sablon | 30 Pcs | 50.000 |
| 4 | Biaya penguat afdruk | 1 kg | 100.000 |
| 5 | Biaya Tinta Rubber | 10 kg | 80.000 |
| 6 | Biaya Rakel | 5 Biji | 4.000 |
| Jumlah | | | 684.000 |

harga bahan baku pada bulan Juni 2018 yang dibutuhkan dalam menghitung harga pokok produksi dalam menetapkan harga dari CV.Iqra 99 Makassar.

1. Biaya Bahan Baku percetakan Cv. Iqra 99 Makassar pada bulan Juni 2018.

| N O | Keterangan | Satuan | Harga (Rp) | Total (Rp) |
|---------------|--------------------------------------|--------------|---------------|-------------------|
| 1 | Kain Catton Combet 20 S | 5 Lusin | 20.000 | 1.200.000 |
| 2 | Kain Catton Combet 24 S | 5 Lusin | 25.000 | 1.500.000 |
| 3 | Kain Catton Combet 30 S | 10 Lusin | 33.000 | 3.960.000 |
| 4 | Kain Raglan Catton Combet 24 S | 10 Lusin | 42.000 | 5.040.000 |
| 5 | Kain Raglan Catton Combet 30 S | 10 Lusin | 50.000 | 6.000.000 |
| 7 | Tinta/Cat Sablon | 20 Kaleng | 80.000 | 1.600.000 |
| 8 | Print Design | 1 Rim | 86.000 | 86.000 |
| Jumlah | | | | 19.386.000 |

2. Biaya Tenaga Kerja percetakan Cv.
Iqra 99 Makassar pada bulan Juni
2018

| N o | Keterangan | Satuan | Gaji Pokok (Bulan) |
|---------------|--------------------|---------|-----------------------|
| 1 | Pencetak Sablon | 1 Orang | 1.800.000 |
| 2 | Tukang Potong | 1 Orang | 1.800.000 |
| 3 | Desain | 1 Orang | 1.800.000 |
| Jumlah | | | 4.500.000 |

3. Biaya Overhead Pabrik percetakan
Cv. Anggun Makassar pada bulan
Juni 2018

| N o | Keterangan | Satuan | Biaya (Rp) |
|--------|--------------------------|---------|---------------|
| 1 | Biaya Listrik dan Air | 1 Bulan | 500.000 |
| 3 | Biaya Screen Sablon | 60 Pcs | 100.000 |

b) Penetapan Harga Pada Produksi
Sablon Baju

Penetapan harga pada produk cetakan sablon baju yang ditetapkan oleh Cv.Anggun Makassar berdasarkan dari biaya bahan yang digunakan dan jumlah pesanan. Pemilik dari Cv. Anggun Makassar menetapkan harga dengan menghitung biaya bahan pada satu lembar kaos yang diproduksi. Adapun dari hasil penetapan harga yang sudah di tetapkan oleh informan yaitu dengan cara menghitung harga baju dengan menggunakan satu jenis kain kaos yang harga Rp. 50.000 ditambahkan dengan hitungan biaya bahan sablon yang di gunakan dalam satu kaos sekitaran Rp.10.000 dan informan juga menambahkan biaya pengerjaan dan keuntungan yang di dapatkan dari perlembar baju. Dan menetapkan harga dari perlembar kaos yaitu Rp.75.000 lengan pendek dan Rp.80.000 lengan panjang.

Begitu pun dengan strategi penetapan harga yang digunakan oleh Cv.Iqra 99 Makassar yaitu menyediakan beberapa kualitas produk

dengan harga yang mulai dari harga yang murah sampai dengan harga tingkat tinggi agar konsumen tertarik untuk memesan tanpa membedakan harga dari tempat percetakan lain. Dan konsumen dapat memilih harga yang diinginkan.

3. Penetapan Harga Pada Produksi Spanduk

a. Proses Produksi Pada Produk Spanduk.

Proses produksi percetakan secara digital pada dasarnya tidak jauh berbeda satu sama lain, yang membedakan adalah pada tahap *finishing*. Secara sederhana proses produksi barang cetakan spanduk dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu tahap desain produk, percetakan, dan *finishing*.

Pada dasarnya tahap desain produk dari semua produk cetak yang diproduksi adalah sama, dimana produk tersebut sebelum dicetak, didesain terlebih dahulu dengan program adobe illustrator untuk membuat ilustrasi. Program *adobe photoshop* atau *corel draw* untuk manipulasi gambar, koreksi

warna, dan olah gambar. Pembuatan desain biasanya menggunakan waktu satu jam atau lebih tergantung dari tingkat kesulitan desain. Setelah produk cetak didesain, hasil desain tersebut dilakukan pengecekan data digital. Fungsi pengecekan data digital adalah untuk memeriksa struktur file, setiap elemen file dan semua hal yang mendukung file tersebut sebelum dioutput ke mesin percetakan, baik dari segi aspek jenis huruf data yang dilampirkan, resolusi gambar, maupun kombinasi warna. Manfaat dari pengecekan data adalah mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan sebelum data dicetak.

b. Penetapan Harga Pada Produk Spanduk

Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal, dalam upaya untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang. Untuk itu sebuah usaha harus dapat bersaing dengan usaha-usaha lain yang memproduksi produk yang sejenis dan dapat diterima oleh konsumen serta memiliki kualitas yang baik dengan cara

menetapkan harga jual yang tepat. Seperti usaha percetakan Cv.Anggun Makassar yang menggunakan strategi penetapan harga sesuai dengan penjumlahan biaya bahan baku dan biaya pembuatan serta keuntungan yang didapatkan. Penetapan harga yang diterapkan pada produk sablon yaitu dihitung dari permeter sanduk, seperti yang sudah ditetapkan yaitu Rp.30.000 permeter. Begitupun dengan pertimbangan harga sebelum ditentukan, pemilik usaha melihat keadaan pasar apakah penetapan harganya sesuai dengan keadaan pasar atau lebih murah. Selama dapat mencapai biaya bahan baku dan biaya pembuatan serta mendapatkan laba untuk penetapan harga yang murah diusahakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada dasarnya setiap pesanan yang dikerjakan dapat diidentifikasi secara fisik dan setiap pesanan, yang dikerjakan dapat dibebani

dengan biaya yang hanya berkaitan dengan pesanan itu sendiri.

2. Penetapan harga pada usaha percetakan yang memproduksi berdasarkan atas pesanan. Metode pengumpulan biaya yang digunakan adalah metode harga pesanan, karena proses produksinya secara terputus-putus yang akan memproduksi suatu produk sesuai dengan pesanan dengan memperhitungkan semua biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan laba yang dihasilkan.
3. Perhitungan harga produksi dilakukan secara menyeluruh setelah produk pesanan sudah jadi. Sedangkan harga produk persatuan untuk setiap pesanan dihitung dengan membagi jumlah total harga pokok produksi dengan jumlah satuan produksi yang dipesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Munarfah. 2007. *Ekonomi Mikro (Teori dan Aplikasi)*. Cetakan Pertama. Badan Penerbit

- Universitas Negeri Makassar.
ISBN: 978-979-26-4858-4.
- Annaria, Marpaung. 2010. *Analisis Strategi Harga Dalam Hubungannya Dengan Kualitas produk (Studi Kasus Pada CV. Indonesia Printing*. Jurnal Ilmiah Rangga Gading. Volume 10 Nomor 02.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Kota Makassar Dalam Angka Tahun 2017*. Makassar: BPS Kota.
- Boediono. 1982. *Ekonomi Mikro*. Edisi Kedua. BPFE-Yogyakarta. ISBN: 979-503-019-1.
- Buyung, Wiranata dan Bambang, Haryadi. 2013. *Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada PT. Ubital Offset Printing*. Volume 01 Nomor 01.
- Cand, Suhardi. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Cetakan Pertama, Penerbit Gava Media. ISBN: 978-6026948-53-3.
- Ermawati, Usman. 2017. *Perilaku Produsen Dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen)*. Jurnal Hunafa, Volume 04 Nomor 03.
- Freddy, Nazar. 1990. *Ekonomi Mikro Untuk Negara Sedang Membangun: (Teori, Aplikasi, dan Kebijakan Suatu Pendekatan Matematika)*. Cetakan Pertama, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Haslia, Genda dan Mustafa, Muhani. 2013. *Analisis Pengaruh Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Air Mineral Pada PT. Asera Tirta Posidonia Di Kota Palopo*. Jurnal Equilibrium, Volume 3 Nomor 2, ISSN:2089-215C.
- Kasmir, 2006. *Kewirausahaan*. Cetakan 01. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Armstong. 2008. *Prinsip-prinsip manajemen pemasaran*. Edisi Dua Belas, Erlangga, Jakarta.

- Lia, Amaliawati. Dan Asfia, Murni. 2012. *Ekonomi Mikro*. PT. Refika Aditama, Jl. Mengger Girang No. 98. Bandung, 40254.
- Meyta, Nastiti, dan Andi, Sunyoto. 2012. *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Tiga Putri Mutiara Palembang, Kecamatan Rungkut, Surabaya*). Jurnal Program Studi Manajemen, Volume 21 Nomor 1 (2012).
- Nurhayati, Rahman. 2016. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Percetakan Sablon dengan Menggunakan Metode Full Costing Pada CV. Art Borneo Mandiri di Balik Papan*. Jurnal Administrasi Bisnis. ISSN: 2355-5408.
- Sri, Laksmi. 2015. “*Perilaku Produsen Islam*”. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Volume 01 Nomor 01. ISSN:2477-6157.
- Thamrin, Abdullah dan Francis, Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada Depok.
- Yeny, Hardianti dan Erni Martin. 2016. *Pengaruh Penetapan Harga Dan E-Commerce Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Jack Donut Di Curug Tanah Baru Depok*. Volume 3 Nomor 2. ISSN: 2355-9357.
- Wara. Cahyandari. 2015. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Cv. Pitulas Semarang Dengan Menggunakan Metode Order Costing System*. Volume 01 nomor 01.